



评论
区

从叶落之景感受城市诗意

□ 王臻儒

秋冬季节最美的风景之一，是金黄的落叶铺满街道。近几年，不少城市提出了一种名为“落叶缓扫”的垃圾处理方式。例如淄博市市政环卫服务中心今年发布《关于开展2023年度“落叶缓扫”工作的通知》，涉及36处落叶缓扫路段，意在留住各个区县的深秋街景；上海、北京等城市也有过“落叶缓扫”的做法。这种做法引发人们关注的同时，也吸引了不少人为这种城市治理理念“点赞”。

随着气温降低，黄叶大片掉落。落叶缓扫的意思是，叶落之后不是立刻当

作垃圾进行清理，而是在叶子尚有观赏价值时，进行精准维护，让落叶成为秋冬街景的一部分。待其观赏价值失去后，再进行清扫。这种做法让人们有机会欣赏落叶美景，感受城市风景的四季更迭。

落叶缓扫的理念，凸显的是生活的诗意。有一种传统观念将落叶等同于垃圾，因此，许多人看到秋叶散落一地时，难免急切地扫除，意图还原“一尘不染”的地面。如果转变思维，将落叶看作诗意的体现、生活的闲趣，落叶就不再是无意义的垃圾，而是城市风景中灵动的一笔。

事实上，缓扫落叶并非坐视不管，

而是要求管理者用更加精细化的手段维护风景。落叶是风景还是垃圾，并没有明确的分界线，在扫与不扫之间找到平衡点，是难点所在。落叶虽为人所喜爱，但也容易引发遮盖地面交通标线、雨天腐变、增大火灾隐患等问题。因此，维护落叶的美感，不让落叶妨碍人们的生活，沦为为讨人嫌弃的“垃圾”，至关重要。

一些落叶缓扫做得较好的城市已经有了可借鉴的经验，即在实施落叶缓扫期间，加强巡视和清理工作，确保落叶不会对城市环境和交通出行造成影响。同时，考虑时段、天气、植被等细节因素，将落叶进行分类，遇到雨天、大风

等天气时，及时进行处理。

从这种政策中不难看出，不少城市的治理理念已经有了转变和进步，不仅体现了生态、绿色的发展理念，也积极响应了民意。每到秋季，不少人呼朋唤友外出赏叶，但这种赏叶旅行需要耗费大量的时间和物力成本；从家门口就能感受到大自然的气息，更是人心所向。在不少城市的落叶缓扫地区，不难看到行人驻足拍照，也有儿童在落叶堆里嬉戏玩耍。在钢筋混凝土构筑的城市里，落叶缓扫寄寓的是市民对美好事物的向往，通过保留落叶，给市民带来更多美的享受，顺应了人们对自然之美的追求，提高了城市生活的幸福感。

是流量密码也是真实窗口

□ 李梦馨

去菜市场为自己量身定制一件旗袍，这种在今天看来多少显得有些过时的做法，正在被一些博主重新发现，并且将其推上了潮流的“风口浪尖”。带上时尚的眼光重新打量，许多人惊讶地发现，那些藏在菜市场里的裁缝铺，原来一直在做着“高定”的生意。

不同于那些装饰精美却有些华而不实的时装店铺，菜市场裁缝铺是内外如一的朴实。价格亲民、服务贴心，而且不必有身材焦虑，心灵手巧的裁缝会为不同身材的顾客打造最贴合身材的衣服。就连一般认为到菜市场定制旗袍有些土气、不够时尚的缺点，都能在时

尚博主化腐朽为神奇的改造下，变为复古风格的优势。不过，这些还不足以完全解释菜市场“高定”旗袍的异军突起，其最大亮点并不是在服装行业的市场竞争力，而是菜市场与时尚这看似不搭的两者造成的神奇反差感，这正是当前短视频平台的流量密码所在。

存在于博主镜头中的菜市场旗袍，就成了一种被制造的消费奇观。于是，在同样动机的驱使下，成为社交平台热点的不仅有菜市场旗袍，还有菜市场的理发店、杂货铺等在现代人眼里已经算是小众宝藏般的存在。在理发店里体验一次老式烫发，收获一头复古卷发，再搭配上从杂货摊里淘到的便宜发饰，换上裁缝铺里定做的合身旗袍，就变身变

成一个妥妥的复古女郎。

卖菜的地方，在社交平台上转型成为时尚博主变美改造的猎场。这是一种新鲜感十足的体验，也是自媒体博主人为制造的热点，真正会效仿的人并不多。菜市场旗袍的走红，更重要的意义在于以一种怀旧的方式向人们展示了菜市场的日常功能和真实面貌。

与那些现代化零售场所最大的不同，就是菜市场充满着人情时代的烟火气。往来寒暄、讨价还价，这些在绩效时代被认为最应该省去的环节，在菜市场得到了最大限度的保留。在博主探访菜市场裁缝铺的视频中，裁缝会跟顾客细心沟通需求，非但不强调身材焦虑，还会给予耐心体贴的服务，买了满意的

旗袍不是唯一的所得，过程中收获的热情夸赞是网购等方式提供不来的情绪价值。

此外，菜市场还是一个多功能的生活场所。不光是瓜果蔬菜，粮油副食也一应俱全，还藏匿修鞋配钥匙、理发做衣服等宝藏摊铺。麻雀虽小，五脏俱全，充满了生活气息。去菜市场逛一逛，仿佛回到了一切都慢下来的旧时光。那些如今还保留着旧有生活方式的菜市场，是珍贵的遗存。借由自媒体博主的镜头，能够让人们看到另一种生活方式的存在，偶尔得到慰藉，或许就是菜市场“高定”触动人心的真正原因。

高价营销，值？

□ 朱子钰

入冬后，高价羽绒服频频登上热搜。国产羽绒服卖到7000元，波司登平均价格已升至1600元等话题引发网友热议。SKYPEOPLE天空人作为中国本土羽绒服品牌，所属公司创立于2022年，虽然热搜中售价7200元的羽绒服已经在其淘宝官方旗舰店“下架”，但店内羽绒服6800元、5800元、4800元的价格，依旧让消费者望而却步。这种现象不是孤例，如今服饰市场上“千元内买不到一件像样的羽绒服”成了常态。

近年来，羽绒服价格持续上涨已是不争的事实。数据显示，2014年至2020年，我国羽绒服平均单价已经由

452.6元涨到656元，其中2000元以上的占比已经接近70%。这一现象背后，固然有各项成本上涨的原因，据《羽绒服行业深度研究报告》，2016年至2022年11月，原材料90%白鸭绒和鹅绒每千克分别上涨160元和240元。不过，对于动辄数千元的羽绒服来说，一切还要回到是否物有所值上来。

作为冬季必需品，羽绒服与老百姓日常生活息息相关，物美价廉的经济型羽绒服一直是大多数消费者的诉求。一些品牌进军高端市场，带动了整个羽绒服市场价格水涨船高。面对日益增长的消费需求，把羽绒服做成奢侈品并非问题，在服饰的功能设计、面料开发、外形设计等方面应该具有显著优势，这样品牌与价格才会有说服力。

只是在现实中，商家看重的高端化未必能与高品质画上等号。“7200元羽绒服”品牌方回应：好产品足斤足两，不会太便宜……超值体现在“温暖减重”上，既费工时也费成本。羽绒服的保暖性和轻便性，本来就是其能取代棉袄、军大衣等传统御寒服饰的原因，在这两点上许多知名羽绒服品牌并不逊色，且价格更便宜。再比较一下，国际市场的高端羽绒服品牌，有着几十年工艺的积累和持续的创新支持，不断进行产品升级、品牌升级，如果碰上打折，也能以五六千元的价格拿下。至于被网友诟病的高价羽绒服品牌，在国内成立时间仅仅1年，便以高价闯入市场，很难不让人质疑——如何能在如此短的时间内实现弯道超车？

实际上，中国是名副其实的“羽绒大国”，是世界最大的羽绒及其制品生产国和消费国，具有资源、加工、价格等多方面优势。对内，国内羽绒服市场正在快速发展期，背后包含着消费者更高的期待，这种情况之下更需要国货羽绒服品牌发挥作用，找到行稳致远的成长路线。未来，激烈的市场竞争必然带来更加细分的市场。无论是高端奢侈品，还是大众消费品，羽绒服最终指向不同的消费人群，都需要接受消费者的检验，产品才是品牌的基础，品质是支撑价格的关键。如果只是盲目跟风高价营销，就真成了“羽绒服刺客”。

戏比天大，方为初心

□ 晓桐 可新

近日，有两段戏曲演出视频火爆网络。国家级非物质文化遗产项目昆曲代表性传承人，83岁高龄的昆曲艺术家沈世华日前演出《牡丹亭·惊梦》。纵使岁月在脸上刻下皱纹，可淡妆浓抹，一颦一笑间，动人犹如豆蔻；体力不似盛年，但眼波流转，举手投足中，仪态尽显风雅。开腔扣人心弦，曲终仍绕梁。她的这段昆曲表演红遍网络，单个作品最高播放量达25万。

另一则是京剧表演艺术家康万生的演出视频。这位78岁的大师依旧在舞台上大气从容、声音嘹亮。出演《二进宫》时，有段跪戏，他没有偷工减料半分，满宫满调。无奈年事已高，起身时需要被搀扶，即便颤颤巍巍，他也在片刻间调整状

态，随即进入角色，全情演唱，引得台下掌声雷动。

这两段视频为何走红网络？笔者认为源于八个字：爱戏如命，戏比天大。戏曲舞台使老艺术家永葆青春，他们也将一生奉献给了戏曲艺术，并致力于将其世世代代传承。这份对舞台数十年如一日的热忱与追求令人动容。

如此动人的视频被广泛传播，着实令人欣慰。得益于互联网平台，诸如京剧、越剧、昆曲等经典艺术能够以一种现代化的呈现形式，被赋予新的活力。由此，人们不仅能够赏剧、学戏，也能够从更多角度了解传统戏曲演出的台前幕后。老艺术家高深的艺术造诣、为舞台奉献一生的崇高艺德、守正创新传承文化的思想境界都透过这种新的传播方式，让更多人看到。观众沉浸于戏曲的视听

觉双重盛宴，敬佩老艺术家老骥伏枥、志存高远，赞叹传统文化的博大精深、千古流芳。这在某种程度上也实现了传统艺术的破圈。

老一辈艺术家对舞台的敬畏与坚守，也反射出当下娱乐圈仍弥漫的浮躁风气。异于往昔“台上一分钟、台下十年功”的职业精神，部分年轻艺人并未认真钻研剧本、提升演技的基本功，而是将更多时间投入到录制综艺甚至网络直播中。他们看中流量，乐于通过争番位和炒作新闻博得眼球，赢得商业利润，却将演戏这一主业放到了次要位置，置艺术追求与社会价值于不顾。部分艺人在综艺节目中间经营起所谓的人设，不仅在事实层面存疑，并且影响到角色的塑造。有艺人业务能力本不错，却执着参加主基调轻松、搞笑的综艺，以至于演戏时让观

众频频出戏，受到“沦为综艺咖”的质疑，哪怕出演的爆款剧播出，也很难扭转口碑。

老艺术家苦心孤诣的耕耘与不计回报的坚持，无疑为这些流量艺人作出了榜样，热爱表演、敬畏舞台构成了他们事业的底色，让一切浮华的虚荣黯然无光。

人们调侃“互联网没有记忆”，快节奏社会下，网络热点终会被信息洪流冲蚀。希望戏曲之热并非一时兴起、转瞬即逝，而是在新老演员的共同努力下，在广大民众的持续关注、深入了解与自愿传递中，抵御岁月的考验，源远流长，历久弥新。也期待更多文艺从业者学习老一辈戏曲艺术家热爱舞台、奉献终身的可贵精神，修炼演技，打磨作品，让文艺的殿堂百花齐放，让艺术的泉水滋养人心。



魏鹏四人雪车 为我省夺得第十四届冬运会首金

□记者 于晓波 李伟 报道
本报讯 11月28日上午，我省选手魏鹏搭档队友夺得第十四届冬运会男子四人雪车比赛冠军，为我省赢得第十四届冬运会首金。

全国马拉松游泳锦标赛 辛鑫复出登顶 男子包揽前三

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 孔军 报道
本报讯 近日，在海南结束的2023年全国马拉松游泳锦标赛暨多哈世锦赛选拔赛中，我省老将辛鑫复出参赛并勇夺女子个人赛冠军；我省男子刘培鑫、张锦厚、张展硕更是包揽男子个人赛冠、亚、季军。根据规则，本次比赛前两名将获得世锦赛参赛资格。这样辛鑫、刘培鑫、张锦厚三人都获得了多哈世锦赛的人场券。

全国跳水锦标赛 练俊杰勇夺双金

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 孔军 报道
本报讯 近日，2023年全国跳水锦标赛暨巴黎奥运会、多哈世锦赛选拔赛在武汉体育中心游泳馆举行，来自全国的200余名运动员参赛。我省运动员练俊杰勇夺男子10米跳台单人、双人两枚金牌。双金的成绩，也为练俊杰拿到巴黎奥运会和多哈世锦赛入场券奠定了坚实基础。

短道速滑青年世界杯 李金恣斩获两金

□记者 于晓波 通讯员 芦媛 报道
本报讯 日前，在荷兰吕伐登举行的2023—2024赛季国际滑联短道速滑青年世界杯第一站比赛，来自我省淄博的16岁小将李金恣，在1000米和2000米混合接力比赛中勇夺金牌。

山东体彩女足U16队 获中青赛亚军

□记者 于晓波 报道
本报讯 12月2日下午，在刚刚结束的2023第二届中国青少年足球联赛女子U16组决赛中，山东体彩女足U16队获得亚军，收获了山东女足青年队参加全国最高级别赛事的历史最好成绩。

山东省风筝大赛 在潍坊滨海成功举办

□记者 石如宽 报道
本报潍坊讯 近日，2023齐鲁风筝文化节“放飞蓝天”山东省风筝大赛在潍坊滨海国际风筝放飞场成功举办。本次比赛由山东省体育总会主办，山东省风筝协会承办。比赛分为龙串类、立体类、盘鹰类、双线运动风筝团体芭蕾6项竞赛项目和8个表演项目。经过激烈比拼，青岛市风筝协会队、枣庄市飞跃风筝队、济南市风筝协会一队等9支队伍获团体一等奖。

山东女排再次“牵手”日照

□记者 于晓波 通讯员 金康 报道
本报讯 11月28日，山东日照钢铁女子排球俱乐部冠名签约仪式举行。山东省排球运动管理中心、日照钢铁集团与日照市体育局联合签署合作协议。根据协议，日照钢铁集团冠名赞助2023—2024赛季山东女子排球队，日照市作为山东女排主场比赛场地和外训场地。

“学转英超·未来之星”首站 在山东体育学院启动

□记者 王建 报道
本报讯 11月30日，“学转英超·未来之星”项目中国区首站活动在山东体育学院南校区启动。本次活动由英国文化教育协会、英国大使馆文化教育处联合举办，山东省教育厅、山东体育学院和山东省校园足球发展研究中心承办，将为我省培训小学校园足球教师和小学体育教师40余人。

济南市球类运动中心 与本报行业中心开展共建交流

□记者 蔡明亮 李伟 报道
本报讯 11月29日上午，济南市球类运动中心党总支与大众日报报业新闻采编中心党支部签署党建共建协议。济南市体育局党组成员、副局长刘岩，局机关党委专职副书记记逢淑英，济南市球类运动中心党总支书记、主任赵峰等一行11人到大众日报社全媒体创新基地参观学习并与大众日报报业新闻采编中心开展座谈交流。

青岛大乐透千万元大奖得主领奖 奖金支持儿子创业

□记者 于晓波 通讯员 赵智 报道
本报讯 11月22日晚，体彩超级大乐透第23134期开奖，青岛中出一注1000万元一等奖。这注大奖出自青岛区3703003443体彩投注站。11月29日上午，大奖得主在家人的陪同下现身青岛体彩中心领取自己的千万元大奖。谈到奖金用途，他们表示，这些钱准备支持儿子创业。